

## 전자상거래 시장의 신기원 메타랜드

메타랜드는 “유통, 판매, 소프트웨어, 은행, 배달 등 전자상거래를 구성하는 각 요소 기업들이 합작투자를 통해 전자상거래를 선도하는 서비스를 주도하며 관련 기술도 개발해 나가는 기업”이라고 할 수 있다.

김 상 배 사이버텍홀딩스 대표

### 전자상거래 시장의 형성과 발전

'94년 7월 모 일간지에서 처음으로 인터넷 관련 기사가 나간 이래로 불어 닥친 인터넷 열풍을 가히 폭발적이어서, 한 인터넷 전문 잡지에 따르면 11월 초 현재 사용자가 50만명을 상회하리라고 한다. 세상의 변화 속도가 너무도 빨라서 도대체 정신을 차릴 수 없을 정도이다. 그런데 아이러니할 것은 인터넷 열풍이 휘몰아 치기 시작한 이후 수많은 사람들이 새로운 GOLD RUSH에서 돈을 벌기 위해 뛰어들었음에도 불구하고, 실제로 돈을 번 사람들은 컴퓨터 전문서적 출판사였다는 사실이다. 마치 1849년 캘리포니아의 골드러시 시대에 실제로 돈을 번 사람은 튼튼한 천막용 천을 사용하여 청바리를 만든 리바이스사였듯이 아직까지도 인터넷을 통한 비즈니스에서 역만장자가 탄생했다는 기사는 별로 없는 것 같다(물론 예외는 늘 있게 마련이지만). 미국의 경우에도 인터넷에서 본격적인 사업을 하는 전자상거래가 시작된 것은 불과 2년밖에 안되었다(이것은 모자익, 넷스케이프 등 새로운 브라우저의 개발로 인터넷의 대중화가 본격화된 시기와 일치한다). 또 상거래를 위해 개설된 25만 개나 되는 웹사이트의 대부분도 개설된 지 1년이 채 안된다. 따라서 인터넷 상거래를 든 업체의 30% 정도만 이익을 남겼을 뿐 대개는 아직 적자 상태이다.

샌프란시스코의 조사 기관인 오딧세이에 따르면 지

난해 말 현재 미국 가정의 7%만이 인터넷으로 물건을 사본 경험이 있는 것으로 나타났다. 아직도 인터넷 상거래 혹은 Web-Mart는 실험 중이라고 해도 과언이 아니다. 그러나 이시장에 대한 기업들의 관심은 지대하다. 포레스트 연구소의 조사에 따르면 216개 조사대상 업체의 절반이상이 인터넷으로 사업거래를 하고 싶다고 대답했다. 한마디로 인터넷이 새로운 기업과 새로운 시장, 새로운 고객을 창출하고 있다. 가상공간이 현실세계의 시장형태를 새롭게 변모시키고 있는 것이다.

### 메타랜드란?

여기까지 읽은 분들은 의문이 갈 것이다. 인터넷의 본고장 미국에서도 전자상거래가 아직까지 제자리를 잡지 못하고 있다면, 과연 한국에서 또 하나의 전자상거래 시장(현재에도 몇개가 존재하며 이들이 판매실적은 매우 미미하다)이 생기는 것이 무슨 의미가 있는가 하는 점이다. 오해는 바로 메타랜드를 “One of Malls”로 이해한 데서부터 시작된 것 같다. 그러나 메타랜드의 취지와 출발점은 조금 다르다. 브랜드명 메타랜드가 의미하듯이 “Meta”는 “~을 넘어서”의 뜻이다. 다시 말해서 메타랜드는 전자상거래에서의 표준과 모델을 제시하겠다는 “Mall of Malls”의 개념으로 출발한 것이다. 요컨대 메타랜드는 “유통, 판

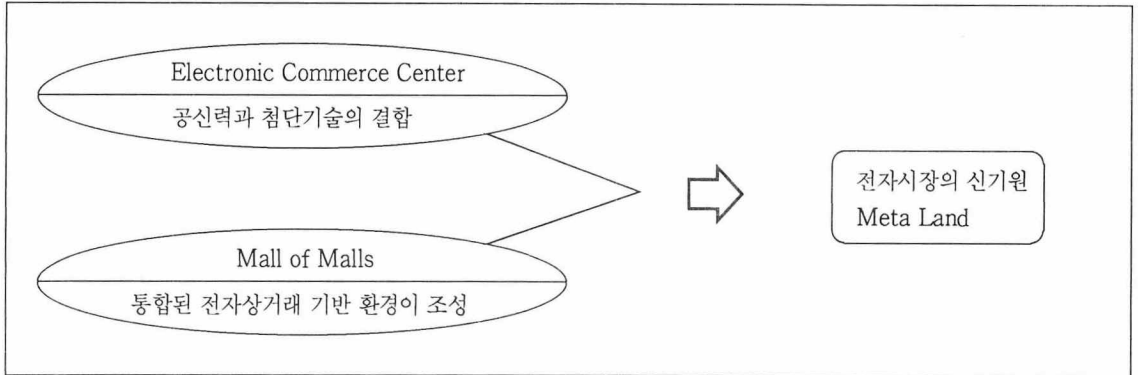
매, 소프트웨어, 은행, 배달 등 전자상거래를 구성하는 각 요소 기업들이 합작투자를 통해 전자상거래를 선도하는 서비스를 주도하며 관련 기술도 개발해 나가는 기업”이라고 할 수 있다.

물론 국내상황이 아직은 당장 서비스를 시작하기에는 인터넷 접속상황을 비롯해 넘어야 할 난제들이 쌓여 있으나, 지금부터 준비하지 않으면 늦을 뿐 더러

또 다시 외국기술을 들여와 뒤따라가는 전철을 되밟을 수밖에 없다. 다들 인터넷 회선 탓을 하고 있지만, 어떤 면에서는 인터넷 사용자들의 마인드를 끌어 올리는 것이 더 급하다고 하겠다. 또 회선문제는 한국전력의 광전송망을 사용할 수 있게 되는 97년 중반 이후에는 상당 부분 해소될 가능성도 있다고 전망된다.

또 메타랜드는 KAIST내에 설치된 국제전자상거

〈그림1〉 메타랜드의 의미

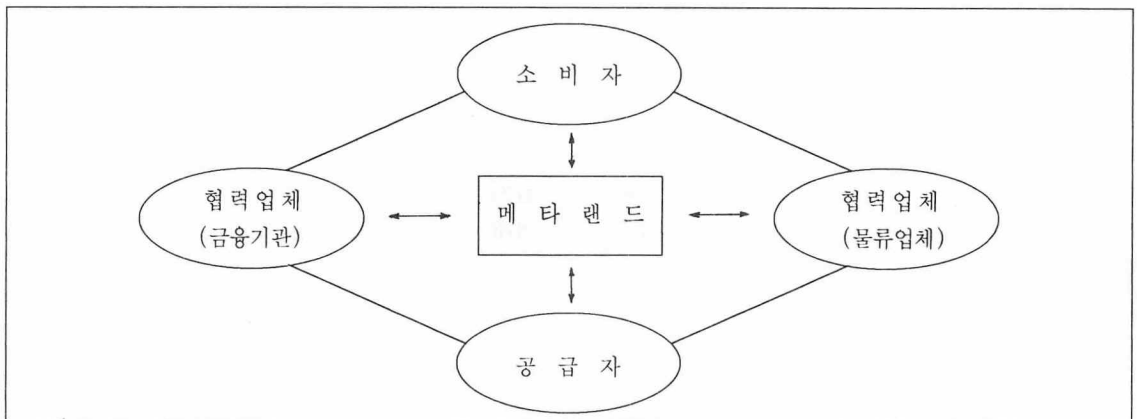


래연구센터(ICEC : International Center for Electronic Commerce)와 연구용역 계약을 맺어 여기서 개발된 기술을 실제 활용할 예정이며, 이를 가

능하면 국내표준 나아가서는 세계표준으로 만드는 노력을 계속 진행할 것이다.

### 메타랜드의 역할과 목적

〈그림2〉 메타랜드의 구성요소



메타랜드는 위와같이 전자상거래 시장의 모델을 제시하는 것을 그 목적으로 하고 있기에 향후 다음과 같은 역할을 수행해야 할 것으로 본다.

첫째는 말할 것도 없이 전자상거래의 활성화 및 조기 정착화를 위해 노력하며, 둘째는 인터넷 사용자들 중심으로 하여 Critical Mass를 형성하여, 인터넷

상거래 시장을 선도적으로 창출해 나가며, 세째 국가적으로 물류 및 유통 구조를 개선하는데 일조함으로써 고비용/저효율의 경제 체질을 개선시키는데 이바지한다.

네째 선도적인 기술개발, 환경개선, 법률 및 제도 개선의 주도적 역할을 수행하며, 다섯째 보다 공신력 있는 전자상거래 시장 및 수단을 제공하며, 여섯째 국제전자상거래 연구센터(ICEC)에서 개발된 Module의 실제적용의 장이 되며, 마지막으로 미래 시장의 표준 시범사업을 하려고 한다.

이런 조금은 거창한 사업을 진행하기 위해 메타랜드는 가능하면 많은 업체들이 참여할 수 있도록 유도하는 방안을 마련 중이다. 현재로서도 30여개 업체가 1차 출범 대열에 동참하고 있는데, 이들 업체들을 크게 분류해 보면, 유통업체, 시중은행, 배달전문업체, SI업체, 광고대행사 등 현재 전자상거래(Electronic Commerce)에 지대한 관심을 갖고 있는 업체들이 주류를 이루고 있다.

현재 메타랜드는 사용자의 평가를 보고서로 만들어 제공한다는지, 영업사원전문가시스템 등 미국에 비해 오히려 앞서 기술을 갖고 있는 부분도 있는 관계로 GE도 기술에 관심을 보이고 있으며, 또한 아직까지는 고려사항 중에 하나이나, 고객이 배달지를 주유소나 24시간 편의점 등으로 지정할 수 있는 배달 체계도 갖출 계획이다.

## 주요 서비스 내용

내년 하반기 이후 본격적인 서비스를 실시할 예정인 메타랜드는 아직까지 최종 확정되지는 않았으나, 현재로서는 다음과 같은 영역의 서비스를 할 수 있지 않을까 하다. 그 첫째는 거래 중개업으로서 예컨대 개별전자쇼핑몰에서 상품, 대금결제, 금융서비스, 정보, 예약서비스 등 전자상거래에필요한 종합서비스를 운영하는 것을 말한다. 둘째로는 광고/마케팅업으로서 고객이 요구와 라이프스타일에 맞는 개인화된 광고나 상품 정보를 적기에 제공하는 것이다. 이외에도 구상하고 있는 다양한 서비스가 있으나 아직은 개념정립 중이거나, 이미 제공되고 있는 서비스와 크게 다르지 않은 부분(예컨대 Hosting Service)이 있어 자세한 언급은 생략하려 한다.

## 결 언

전자상거래가 성공하기 위해서는 적어도 다음과 같은 것들이 갖춰져야 한다. 그 첫째는 초고속 인터넷 접속 인프라가 대중적으로 보급되어야 하며, 둘째로는 풍부한 상품정보를 지닌 전자쇼핑몰이 대거 형성되어야 하고, 세째로는 쇼핑상품의 품질에 대한 공신력을 확보해 줄 품질인증기관이 필요하고, 네째로는 주문한 물건을 신속하게 배달해줄 효과적인 물류체계가 구축되어야 하고, 다섯째, 신종사업인 만큼 사업자 허가 등 기존 법률과 제도를 개선해야 한다.

그런데 한국에서는 2가지 정도의 걸림돌이 있다고 생각된다. 첫째는 앞에서도 언급했던 기술적인 문제이며, 둘째는 대중들의 전자상거래에 대한 인식 문제이다. 상품을 직접보지 않고 고르기 때문에 상품에 대한 불신을 갖게 되기 쉽다. 여기에는 기존의 통신판매에 대한 좋지 못한 인식도 한몫하고 있는게 사실이다. 따라서 어떻게 보면 전자상거래 도입 초기에는 상대적으로 덜 알려진 중소기업의 상품보다는 지명도가 높은 대기업의 상품 중심으로 구성하는 것도 한 방법일 수 있다고 생각된다.

무엇보다도 소비자들이 “믿고 살만하구나”하는 인식을 갖도록 만들어 주는 것이 필수적이다. 소비자는 자신에게 어떤 편익(Benefit)을 가져다 주지 않는 한 리스크를 감수하면서까지 생활태도를 변경하지 않으리라는 사실을 우리는 잘 인식하고 있다.

결국 이 사업의 성패는 얼마나 뛰어나 기술을 채용해 안정성을 확보하느냐도 중요하지만 한편으로는 소비자들의 라이프 스타일이 어떻게 변하고 있으며(맛벌이 부부의 증가로 인해 쇼핑을 따로 할 시간이 별로 없다. 교통이 점점 더 막힌다. 상품의 종류가 너무나 다양해 무엇을 골라야 할지도 잘 모르겠고, 선택하는데 시간이 너무 많이 소요된다.

24시간이나, 저녁 늦게까지 영업하는 점포가 늘어나고 있으나 갈수록 치안 상태가 불안해진다 등), 이러한 소비자들의 욕구에 어떻게 하면 부응할 수 있는가를 면밀히 검토하는 것도 중요한 축이 될 수 있다고 생각된다. 소비자는 좀 더 편리해지고 좀 더 믿을 수 있는 것이라면 기꺼이 채용해 왔다는 사실에 우리는 늘 주목할 것이다. ●